

## Opće informacije

|                             |                                      |    |                      |    |           |       |          |    |
|-----------------------------|--------------------------------------|----|----------------------|----|-----------|-------|----------|----|
| Studij                      | Cyber komunikacije i znanost o mreži |    |                      |    | Godina    | 1     | Semestar | 2  |
| Naziv kolegija              | Etika u komunikacijama               |    |                      |    | Šifra     | 10381 | ECTS     | 5  |
| Nositelj kolegija           | Doc. dr. Sc. Tamara Kunić            |    |                      |    |           |       |          |    |
| Način izvođenja i broj sati | Predavanja                           | 30 | Seminari i radionice | 10 | Kolokviji | 4     | Ukupno   | 60 |
|                             | Vježbe                               | 16 | Terenska nastava     |    |           |       |          |    |

## Opis kolegija

|                             |   |     |            |     |         |   |                       |         |   |
|-----------------------------|---|-----|------------|-----|---------|---|-----------------------|---------|---|
| 1. Ciljevi kolegija         | <p>Cilj je kolegija pružiti studentima znanje o etičkom i moralnom komunikacijskom odlučivanju, omogućiti snalaženje u prostoru interpersonalne i javne komunikacije te razviti kritičko i analitičko razmišljanje o pitanjima komunikacijske etike u prostoru suvremenih medija.</p> <p>Etična komunikacija je vrsta komunikacije koja se odlikuje vrijednostima kao što su istinitost, sažetost i odgovornost prema učincima govornog čina. Svaki verbalni ili neverbalni komunikacijski čin sudionika javne komunikacije, novinara, građana i medijskih osoba, uključuje etički izbor koji ima manje ili veće posljedice. Trač, ogovaranje, sramoćenje, uvreda, laganje, ismijavanje, omalovažavanje primjeri su neetičnog komuniciranja s posljedicama koje i zakon regulira. Komunikacija u poslovnim organizacijama kao i politička komunikacija predstavljaju posebno osjetljivo područje i zahtijevaju visoku razinu etičkog promišljanja. Kroz kvalitetu i etičnost komuniciranja pojedinaca predstavljaju se oni sami ali i sustavi koje zastupaju te će o etici komuniciranja često ovisiti suradnja, povjerenje i prihvaćanje predstavljenih vrijednosti. U svijetu suvremenih medija, interneta, društvenih mreža, građanskog novinarstva i drugih mogućih oblika interaktivnog participiranja u javnom komunikacijskom prostoru, integritet kao najviša vrijednost koja određuje nečiju reputaciju definira se djelovanjem u skladu s jasnim moralnim načelima kojima je komunikator dosljedno vjeran.</p> <p>S ovim premissama, cilj kolegija jest povećati svijest studenata o etičkim problemima u suvremenoj komunikaciji u vremenu interneta te pružiti analitička znanja i razviti kritičko razmišljanje koje će im pomoći pri donošenju vlastitih etičkih odluka u profesionalnom i privatnom životu. Kroz studije slučajeva, studentima će se ukazati na komunikacijske zamke u suvremenoj internetskoj anonimnoj kulturi sramoćenja, verbalnog <i>bullinga</i> i neetičnih medijskih komentara, raspraviti će se neke logičke pogreške ili kognitivna pristranost te će ih se naučiti kako da ih izbjegnju. Također, studenti će se poticati da promišljaju o moralnim načelima i kako da postanu etički komunikatori. Kroz vježbe, studenti će sudjelovati u raspravama o etičkim izazovima u komunikaciji te na taj način razvijati vještinu kritičkog analiziranja javne komunikacije, govorništva i vještine argumentiranja.</p> |     |            |     |         |   |                       |         |   |
| 2. Očekivani ishodi učenja  | <p>Po uspješno svladanom kolegiju studenti će biti osposobljeni:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Razlikovati etičko od neetičnog načina komuniciranja u interpersonalnim, grupnim, poslovnim i ostalim oblicima</li> <li>2. Kritički prosuđivati razloge zbog kojih je neetično komuniciranje opasno i štetno za pojedinca kao i za zajednicu.</li> <li>3. Prepoznati primjere neetičnog komuniciranja u javnom prostoru</li> <li>4. Analizirati studije slučaja i izraditi vlastiti osvrt na prepoznati etički izazov u komunikaciji</li> <li>5. Zastupati mišljenje tijekom rasprave o relevantnim temama etike komunikacije ispred drugih studenata</li> <li>6. Izraziti kritičko promišljanje te vještinom prepoznavanja i izbjegavanja komunikacijskih zamki poput logičke pogreške ili kognitivne pristranosti, donijeti vlastite etičke odluke komunikacije u profesionalnom i privatnom životu</li> <li>7. Samovrednovati vlastiti integritet u komunikaciji što će s vremenom povećati njihovu reputaciju</li> <li>8. Prepoznati neetičke primjere komunikacije u suvremenim medijima, internetu i društvenim mrežama i o tome argumentirano raspravljati na seminarima.</li> </ol>  |     |            |     |         |   |                       |         |   |
| 3. Sadržaj                  | <p>Osnove za razumijevanje pojma etike. Temeljna načela komunikacije. Teorijski pristupi etici komunikacije. Etičnost u interpersonalnoj komunikaciji. Etičnost na društvenim medijima. Etika komunikacije u organizacijama. Etika u masovnim medijima. Etika u političkoj komunikaciji. Etika u marketingu i oglašavanju. Govor mržnje, govor iz mržnje, uvredljivi govor, diskriminacija u govoru. Lažne vijesti i post-istina.</p>   |     |            |     |         |   |                       |         |   |
| 4. Uvjeti za upis           | Nema  |     |            |     |         |   |                       |         |   |
| 5. Obveze studenta          | <p>Pohađanje nastave, aktivno sudjelovanje u vježbama, vođenje medijskog dnevnika i sudjelovanje u raspravama, izrada projekta – analize odabranog slučaja, prezentacija i vođenje rasprave.</p>  |     |            |     |         |   |                       |         |   |
| 6. Praćenje rada studenta i | Nastava   | 1,5 | Aktivnosti | 0,5 | Seminar | 1 | Kontinuirana provjera | Projekt | 1 |

| pripadajući ECTS bodovi                       | Pisani ispit  | 1 | Usmeni ispit | Kritički prikaz | Istraživanje |  |          |               |              |     |         |     |         |     |            |     |
|---|---|---|--------------|-----------------|--------------|--|----------|---------------|--------------|-----|---------|-----|---------|-----|------------|-----|
| 7. Obvezna literatura                         | <ol style="list-style-type: none"> <li>Vig, S. (2023). <i>Poslovna etika</i> (2. izd.). Zagreb: VERN' i CODUPO Compliance.</li> <li>Privora, M. (2019). <i>Kultura ponašanja: Priručnik za svakodnevni, poslovni i diplomatski život. Lijepo ponašanje od obiteljskog doma do kraljevskog dvora</i>. Zagreb: Jesenski i Turk.</li> <li>Kulenović, E. (2016). <i>Govor mržnje u Hrvatskoj</i>. Zagreb: Fakultet političkih znanosti.</li> <li>Ožanić, M. (2000). <i>Poslovna pisma</i>. Zagreb: Tehnološki park.</li> <li>Ward, S. J. A. i Wasserman, H. (2015). Open Ethics, Towards a global media ethics of listening. <i>Journalism Studies</i>, 16(6), 834-849. Preuzeto s: <a href="https://doi.org/10.1080/1461670X.2014.950882">https://doi.org/10.1080/1461670X.2014.950882</a></li> <li>Kathleen S. i Whedbee, K.E. (2008). <i>Ethics in Human Communication</i> (6th ed.). Waveland Press, Inc.</li> </ol>  |   |              |                 |              |  |          |               |              |     |         |     |         |     |            |     |
| 8. Dopunska literatura                        | <ol style="list-style-type: none"> <li>Ivas, I. (1988). <i>Ideologija u govoru</i>. Zagreb: Hrvatsko filozofsko društvo.</li> <li>Christians, C. G. i Merrill, J. C. (ed.) (2009). <i>Ethical Communication: Moral Stances in Human Dialogue</i>. University of Missouri.</li> <li>Christians Cheney G., May S., Munshi D. (ed.) (2010). <i>The Handbook of Communication Ethics</i> (ICA Handbook Series), Routledge.</li> <li>Christians, C. G., Fackler M., Richardson K. B., Kreshel P. J. i Woods R. H. Jr. (2017). <i>Media Ethics: Cases and Moral Reasoning</i> (10th ed.). London: Routledge.</li> <li>Reitman, J. (redatelj) (2006). <i>Hvala što pušite (Thank You For Smoking)</i>. produkcija: Room 9 Entertainment Content Film</li> <li>Plaisance, P. L. (2013). <i>Media Ethics: Key Principles for Responsible Practice</i> (2nd ed.). Thousand Oaks: SAGE Publications, Inc.</li> <li>Manning, R. C. i Stroud, S. R. (2008). <i>A Practical Guide to Ethics: Living and Leading with Integrity</i>. Westview Press.</li> <li>Žada, M. i Vidak, I. (2018). <i>Etično komuniciranje na društvenim mrežama</i>. Zbornik radova Međimurskog veleučilišta u Čakovcu, 9(2), 86-97.</li> <li>Škarić, I. (2000). <i>Temeljni suvremenog govorništva</i>. Zagreb: Školska knjiga.</li> <li>Pease, A. (2004). <i>Velika škola govora tijela</i>. Zagreb: Školska knjiga.</li> </ol> |   |              |                 |              |  |          |               |              |     |         |     |         |     |            |     |
| 9. Praćenje kvalitete                         | Studentska anketa. Evaluacija nastave uz pomoć kolega sustručnjaka. Vrednovanje izvedbe kolegija.   |   |              |                 |              |  |          |               |              |     |         |     |         |     |            |     |
| 10. Uvjeti za pristup ispitu                  | <p>Uvjet za pristupanje pismenom dijelu ispita je sudjelovanje na nastavi najmanje 70 % ukupnog fonda sati predviđenih studijskim programom za redovne studente i 20 % za izvanredne studente. Zatim aktivno sudjelovanje na nastavi, vođenje Medijskog dnevnika i aktivno sudjelovanje u raspravama te izrađen i prezentiran projekt – analiza odabrane studije slučaja neetičkog komuniciranja. Redovni studenti imaju mogućnost polaganja ispita u predroku putem prvog i drugog kolokvija. Uvjeti za pristupanje prvom kolokviju su sudjelovanje na nastavi najmanje 50% te prezentiran, pregledan i pozitivno ocijenjen Medijski dnevnik za prvih 6 tjedana nastave. Uvjeti za pristupanje drugom kolokviju su sudjelovanje na nastavi najmanje 70 %, prezentiran, pregledan i pozitivno ocijenjen Medijski dnevnik za drugih 6 tjedana nastave te prezentiran, pregledan i pozitivno ocijenjen projekt.</p>   |   |              |                 |              |  |          |               |              |     |         |     |         |     |            |     |
| 11. Polaganje ispita i kriteriji ocjenjivanja | <p>Ispit se smatra položenim i upisuje se ocjena ako su svi navedeni kriteriji ocijenjeni pozitivno. Pozitivne ocjene iz navedenih provjera znanja sudjeluju u izračunu konačne ocjene sa sljedećim udjelima:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Kriterij</th> <th>Težinski udio</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Pisani ispit</td> <td>50%</td> </tr> <tr> <td>Projekt</td> <td>20%</td> </tr> <tr> <td>Seminar</td> <td>20%</td> </tr> <tr> <td>Aktivnosti</td> <td>10%</td> </tr> </tbody> </table>   |   |              |                 |              |  | Kriterij | Težinski udio | Pisani ispit | 50% | Projekt | 20% | Seminar | 20% | Aktivnosti | 10% |
| Kriterij                                      | Težinski udio   |   |              |                 |              |  |          |               |              |     |         |     |         |     |            |     |
| Pisani ispit                                  | 50%   |   |              |                 |              |  |          |               |              |     |         |     |         |     |            |     |
| Projekt                                       | 20%   |   |              |                 |              |  |          |               |              |     |         |     |         |     |            |     |
| Seminar                                       | 20%   |   |              |                 |              |  |          |               |              |     |         |     |         |     |            |     |
| Aktivnosti                                    | 10%   |   |              |                 |              |  |          |               |              |     |         |     |         |     |            |     |

12. Kriteriji ocjenjivanja - pojašnjenje

PISMENI ISPIT: Pismeni ispit polaže se na redovnim i izvanrednim ispitnim rokovima, a redovni studenti imaju mogućnost polaganja ispita u predroku putem prvog i drugog kolokvija.

Ispit se sastoji od pitanja višestrukog izbora, pitanja dosjećanja i esejskih pitanja. Ocjena iz pismenog ispita je pozitivna ako je student postigao najmanje 60% bodova. Ako nastavnik ima utemeljene sumnje da rezultat na pismenom ispitu nije postignut bez pomoći drugih, odnosno vlastitim znanjem, može zakazati dodatnu usmenu provjeru. Ako u takvom slučaju student pokaže značajan manjak znanja u odnosu na napisano, ili se ne odazove, bilježi se rezultat 0 bodova.

PROJEKT – „*Analiza odabranog slučaja etike u komunikacijama*“ (pisani rad, prezentacija i moderiranje rasprave)

SEMINAR – „*Dnevnik etičkih prijepora*“ (mapa ili portfolio s kratkim pisanim prikazom i analizom odabranih primjera neetičnog komuniciranja u javnom prostoru)

AKTIVNOST NA NASTAVI - uključuje: pripremljenost studenata za nastavu u vidu čitanja zadanih studija slučaja, izradu vježbi, doprinos uspješnosti nastave kroz konstruktivno sudjelovanje u problemskim raspravama.

| Bodovi  | Ocjena |
|---------|--------|
| 60 - 69 | 2      |
| 70 - 79 | 3      |
| 80 - 89 | 4      |
| 90-100  | 5      |

13. Izvođači i način komuniciranja

Komunikacija izvan termina nastave i konzultacija odvija se isključivo putem akademskih poruka u sustavu Eduneta. Termin konzultacija dogovoriti na [tamara.kunic@vern.hr](mailto:tamara.kunic@vern.hr)

## Opće informacije

|                             |                                  |    |                      |   |                  |       |          |    |
|-----------------------------|----------------------------------|----|----------------------|---|------------------|-------|----------|----|
| Studij                      | Novinarstvo                      |    |                      |   | Godina           | 2     | Semestar | 4  |
| Naziv kolegija              | Etika i deontologija novinarstva |    |                      |   | Šifra            | 10497 | ECTS     | 4  |
| Nositelj kolegija           | Tomislav Štuka, prof., pred.     |    |                      |   |                  |       |          |    |
| Način izvođenja i broj sati | Predavanja                       | 16 | Seminari i radionice | 8 | Kolokviji        | 4     | Ukupno   | 40 |
|                             | Vježbe                           | 8  | Terenska nastava     |   | Konzult. nastava | 4     |          |    |

## Opis kolegija

|   |   |   |            |  |         |   |  |  |
|---|---|---|------------|--|---------|---|--|--|
| 1. Ciljevi kolegija                                 | Upoznavanje s temeljnim pojmovima etike i deontologije novinarstva kao „primijenjene etike“ novinarske profesije. Stjecanje uvida u autoregulacijske standarde novinarske struke i temeljne vrijednosti na kojima se zasniva vjerodostojnost i integritet novinarske profesije. Upoznavanje sa strukovnim kodeksima novinarskog postupanja te usvajanje kriterija za prosudbu korektnog novinarskog rada kroz analizu praktičnih primjera iz struke.  |   |            |  |         |   |  |  |
| 2. Očekivani ishodi učenja                          | Nakon uspješnog apsolviranja kolegija studenti/ce će moći:  |   |            |  |         |   |  |  |
|   | 1. Identificirati i objasniti temeljne pojmove deontologije novinarstva   |   |            |  |         |   |  |  |
|   | 2. Objasniti suvremeni društveni kontekst novinarske profesije  |   |            |  |         |   |  |  |
|   | 3. Izdvojiti i objasniti profesionalne novinarske standarde   |   |            |  |         |   |  |  |
|   | 4. Analizirati i komentirati kriterije kršenja standarda novinarske profesije   |   |            |  |         |   |  |  |
|   | 5. Usporediti temeljne odredbe novinarskih kodeksa  |   |            |  |         |   |  |  |
|   | 6. Analizirati i komentirati primjere etičkih izbora iz svakodnevne novinarske prakse.  |   |            |  |         |   |  |  |
| 3. Sadržaj  | Osnovni pojmovi: moral, etika, deontologija novinarstva, mediji, javna sfera. Novinarstvo i suvremeni svijet, medijski 'režimi' i društveni preduvjeti novinarskih standarda. Područja odgovornosti novinara i profesionalni novinarski standardi. Kriteriji kršenja novinarskih standarda i „7 smrtnih grijeha novinarstva“. Potencijalni izvori ugrožavanja novinarskih standarda. Kodeksi novinarske struke. Audiovizualna djela s novinarskom tematikom i primjerima moralnih profesionalnih izbora. Analiza praktičnih primjera iz novinarske prakse, vježbe etičkog prosuđivanja. |   |            |  |         |   |  |  |
| 4. Uvjeti za upis                                   | Nema posebnih uvjeta za upis kolegija   |   |            |  |         |   |  |  |
| 5. Obveze studenta                                  | Pohađanje predavanja i vježbi, izrada prezentacije/seminarskog rada, predaja eseja, sudjelovanje u diskusiji, polaganje kolokvija i/ili ispita.   |   |            |  |         |   |  |  |
| 6. Praćenje rada studenta i pripadajući ECTS bodovi | Nastava   | 1 | Aktivnosti |  | Seminar | 1 |  |  |
|   | Pisani ispit  | 2 |            |  |         |   |  |  |
| 7. Obvezna literatura                               | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Malović, S., Ricchiardi S., Vilović, G. (2007). Etika novinarstva. Zagreb: ICEJ i Sveučilišna knjižara.</li> <li>2. Bertrand, C.-J. (2007). Deontologija medija. Zagreb: ICEJ i Sveučilišna knjižara.</li> <li>3. Kodeks časti hrvatskih novinara (<a href="http://www.hnd.hr">www.hnd.hr</a>)</li> </ol>   |   |            |  |         |   |  |  |
| 8. Dopunska literatura                              | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cornu, Daniel (1999). Etika informisanja. Beograd: Clio.</li> <li>2. The Post (2017.), film, režija: Steven Spielberg</li> <li>3. Spotlight (2015.), film, režija: Tom McCarthy</li> <li>4. Nightcrawler (2014.), film, režija: Dan Gilroy</li> <li>5. All President's Men (1976.), film, režija: Alan J. Pakula</li> <li>6. Novine (2016.), TV serija</li> <li>7. The Loudest Voice (2019.), TV mini serija</li> <li>8. Press (2018.), TV mini serija</li> </ol>   |   |            |  |         |   |  |  |

| 9. Praćenje kvalitete                         | Opservacija i evaluacija nastave,, studentska anketa.  |          |               |             |     |             |     |            |     |         |     |
|---|--|----------|---------------|-------------|-----|-------------|-----|------------|-----|---------|-----|
| 10. Uvjeti za pristup ispitu                  | <p>Pravo izlaska na 1. kolokvij imaju studenti koji do 7. tjedna nastave imaju dolaznost veću od 50%. Studenti koji nisu izašli na kolokvij/e ili ga/ih nisu položili izlaze na ispit.</p> <p>Uvjeti za pristup pismenom ispitu je redovitost na nastavi od najmanje 70%,. Studenti/ce koji imaju dolaznost veću od 40%, a manju od 70%, mogu nadoknaditi izostanke izradom i predajom kompenzacijskog seminarskog rada u dogovoru s predavačem. SeminarSKI rad zadaje predmetni predavač.</p> <p>Studenti/ce trebaju voditi računa o krajnjem roku za prijavu ispita, odnosno pravovremeno dogovoriti kompenzacijsku temu i predati seminarSKI rad.</p> <p>Student čija je redovitost na nastavi manja od 40% ne može nadoknaditi izostanke i ne može pristupiti ispitu bez ponovnog upisa i slušanja kolegija.</p> |          |               |             |     |             |     |            |     |         |     |
| 11. Polaganje ispita i kriteriji ocjenjivanja | <p>Ispit se smatra položenim i upisuje se ocjena ako su svi navedeni kriteriji ocjenjeni pozitivno. Pozitivne ocjene iz navedenih provjera znanja sudjeluju u izračunu konačne ocjene sa sljedećim udjelima:</p> <table border="1" data-bbox="443 625 1008 930"> <thead> <tr> <th>Kriterij</th> <th>Težinski udio</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1. kolokvij</td> <td>30%</td> </tr> <tr> <td>2. kolokvij</td> <td>25%</td> </tr> <tr> <td>Aktivnosti</td> <td>20%</td> </tr> <tr> <td>Seminar</td> <td>25%</td> </tr> </tbody> </table>   | Kriterij | Težinski udio | 1. kolokvij | 30% | 2. kolokvij | 25% | Aktivnosti | 20% | Seminar | 25% |
| Kriterij                                      | Težinski udio  |          |               |             |     |             |     |            |     |         |     |
| 1. kolokvij                                   | 30%  |          |               |             |     |             |     |            |     |         |     |
| 2. kolokvij                                   | 25%  |          |               |             |     |             |     |            |     |         |     |
| Aktivnosti                                    | 20%  |          |               |             |     |             |     |            |     |         |     |
| Seminar                                       | 25%  |          |               |             |     |             |     |            |     |         |     |
| 12. Kriteriji ocjenjivanja - pojašnjenje      | <p>Ispit (kolokviji ili cjeloviti ispit) se sastoji od zadataka u pisanoj formi kojima se provjerava teorijsko znanje studenta, te njihovo razumijevanje pojmova i postupaka iz tematike kolegija. Ako nastavnik ima utemeljene sumnje da je rezultat na pismenom ispitu postignut uz pomoć drugih osoba ili uz korištenje akademsko-etički neprimjerenih sredstava, može zakazati dodatnu usmenu provjeru. Ako u takvom slučaju student pokaže značajno odstupanje u znanju u odnosu na napisano, ili se ne pojavi na zakazanoj usmenoj provjeri, bilježi se rezultat 0 bodova.</p>   |          |               |             |     |             |     |            |     |         |     |
| 13. Izvođači i način komuniciranja            | <p>Predavač: Tomislav Štuka, prof., pred.<br/>e-mail: tomislav.stuka@vern.hr</p> <p>Komunikacija je moguća putem osobnih portala, e-maila ili usmeno na konzultacijama i predavanjima. Konzultacije uz prethodni dogovor s nastavnikom usmeno ili putem e-maila.</p>   |          |               |             |     |             |     |            |     |         |     |

## Opće informacije

|                             |  |    |                      |                  |          |           |
|-----------------------------|--|----|----------------------|------------------|----------|-----------|
| Studij                      | Odnosi s javnošću i studij medija                    |    | Godina               | 2                | Semestar | 4         |
| Naziv kolegija              | Etika komuniciranja i društveno odgovorno poslovanje |    | Šifra                | 6690             | ECTS     | 6         |
| Nositelj kolegija           | Dr.sc. Stana Odak Krasić, viši, predavač             |    |                      |                  |          |           |
| Način izvođenja i broj sati | Predavanja   | 26 | Seminari i radionice | Kolokviji        | 4        | Ukupno 60 |
|                             | Vježbe   | 26 | Terenska nastava     | Konzult. nastava | 4        |           |

## Opis kolegija

|   |   |     |              |           |   |                                  |
|---|---|-----|--------------|-----------|---|----------------------------------|
| 1. Ciljevi kolegija                                 | Upoznati studentice i studente s osnovnim teorijskim postavkama etike kao znanosti, s naglaskom na etiku komuniciranja. Približiti im etičke kriterije u interpersonalnom i javnom komuniciranju, medijsku etiku, profesionalne etičke kodekse novinarstva. Objasniti im razliku između etike i morala te primjenu etičkih i moralnih načela u praksi te pojasniti društveno odgovorno poslovanje organizacija i korporacija.   |     |              |           |   |                                  |
| 2. Očekivani ishodi učenja                          | Po uspješnom svladavanju predmeta, studenti će moći:<br>1. Definirati temeljne pojmove iz etike.<br>2. Razlikovati pojmove etike i morala.<br>3. Objasniti primjenu etičkih načela u konkretnoj situaciji.<br>4. Protumačiti elemente društveno odgovornog poslovanja.<br>5. Vrednovati različite primjere etičkog i neetičkog postupanja u interpersonalnoj i javnoj komunikaciji.<br>6. Kritički protumačiti pojam "moralne fleksibilnosti" u odnosima s javnošću.  |     |              |           |   |                                  |
| 3. Sadržaj  | Etika, moral i fenomen moralnog iskustva. Vrijednost i teorije vrijednosti. Primijenjena etika. Filozofska etika. Etika dužnosti i odgovornosti. Savjest. Etika u interpersonalnoj komunikaciji. Novinarska etika. Etika u odnosima s javnošću. Društveno odgovorno poslovanje (DOP). "Moralna fleksibilnost" u odnosima s javnošću. Strukovni etički kodeksi. Studije slučajaja.   |     |              |           |   |                                  |
| 4. Uvjeti za upis                                   | Nema posebnih uvjeta za upis predmeta.  |     |              |           |   |                                  |
| 5. Obveze studenta                                  | Pohađanje predavanja i vježbi, polaganje pisanog i usmenog ispita.  |     |              |           |   |                                  |
| 6. Praćenje rada studenta i pripadajući ECTS bodovi | Nastava   | 1,5 | Aktivnosti   | Zadaci    | 3 | Kontinuirana provjera<br>Projekt |
|   | Pisani ispit  | 1,5 | Usmeni ispit | Portfolio |   | Istraživanje                     |
| 7. Obvezna literatura                               | 1. Krkač, K. (2007.) Uvod u poslovnu etiku i korporativnu društvenu odgovornost. Zagreb: MATE.<br>2. Tomić, Z., Odnosi s javnošću - teorija i praksa, Synopsis, Zagreb, 2007. (odabrana poglavlja)<br>3. Juka, S. (2009.) Etika: postavke i teorije. Mostar: Sveučilište u Mostaru.<br>4. Skoko, B., Mihovilović, M., „Odnosi s javnošću u funkciji društveno odgovornog poslovanja“, Praktični menadžment 5(2014)1: 84-91; stručni rad, ISSN 1849-0689, UDK 659.4:658.8  |     |              |           |   |                                  |
| 8. Dopunska literatura                              | 1. Gregory, A. (2009): Etika i profesionalizam u odnosima s javnošću. U: Tench, R. Yeomans, L. (2009): Otkrivanje odnosa s javnošću. Zagreb: HUOJ<br>2. Sommerville, I. (2007): Poslovna etika, odnosi s javnošću i korporativna društvena odgovornost. U: Theaker, A. (2007): Priručnik za odnose s javnošću. Zagreb: HUOJ   |     |              |           |   |                                  |
| 9. Praćenje kvalitete                               | Opservacija i evaluacija nastave; Evaluacija kolegija; Studentska anketa.   |     |              |           |   |                                  |
| 10. Uvjeti za pristup ispitu                        | Ostvaren postotak pohađanja nastave (definirano Pravilnikom o studijima) i odrađeni zadatci/vježbe.<br><br>Uvjeti za pristup pismenom ispitu je redovitost na nastavi od najmanje 70% i na vrijeme predan i pozitivnom ocjenom ocijenjen Zadatak 1. Studenti koji su prošli na 1. kolokviju na kraju semestra izlaze na 2. kolokvij. Studenti koji nisu izišli na kolokvij ili ga nisu položili izlaze na cjeloviti ispit. Za prolaz na svakom od kolokvija ili ispitu potrebno je skupiti više od 60 % bodova. |     |              |           |   |                                  |

11. Polaganje ispita i kriteriji ocjenjivanja

Ispit će se smatrati položenim i upisati će se ocjena ako su svi navedeni kriteriji ocjenjeni pozitivno. Pozitivne ocjene iz navedenih provjera znanja sudjeluju u izračunu konačne ocjene u sljedećim udjelima:

| Kriterij                   | Težinski udio |
|----------------------------|---------------|
| Pisani ispit - 1. kolokvij | 20%           |
| Pisani ispit - 2. kolokvij | 20%           |
| Zadatak 1                  | 30%           |
| Zadatak 2                  | 30%           |

12. Kriteriji ocjenjivanja - pojašnjenje

Ispit se polaže pisanjem ispitnog upitnika koji se sastoji od pitanja kojima se utvrđuje poznavanje gradiva. Svako pitanje nosi određen broj bodova koji je jasno naznačen na upitniku. Ocjenjuje se poznavanje gradiva i razumijevanje tema obrađenih na predavanju i vježbama. Ako nastavnik ima utemeljene sumnje da rezultat na pismenom ispitu nije postignut bez pomoći drugih, može zakazati dodatnu usmenu provjeru. Ako u takvom slučaju student pokaže značajan manjak znanja u odnosu na napisano, ili se ne odazove, bilježi se rezultat 0 bodova.

Student tijekom semestra piše 2 praktična zadatka, koji se u vrednuju ocjenom od nedovoljan (1) do izvrstan (5), a koja nosi 60% ukupne ocjene na kolegiju.

Zbroj bodova za sve parametre i prosjek svih dobivenih ocjena čini konačnu ocjenu.

13. Izvođači i način komuniciranja

Predavač: Doc. dr. sc. Tamara Kunić Komuniciranje putem e-pošte (tamara.kunic@vern.hr), putem Edunete, putem grupnih i individualnih konzultacija.

## Opće informacije

|                             |                                      |    |  |        |       |          |    |
|-----------------------------|--------------------------------------|----|--|--------|-------|----------|----|
| Studij                      | Poduzetnički menadžment              |    |  | Godina | 2     | Semestar | 3  |
| Naziv kolegija              | Poslovna etika                       |    |  | Šifra  | 10089 | ECTS     | 5  |
| Nositelj kolegija           | mr. sc. Zrinka Gregov, viši predavač |    |  |        |       |          |    |
| Način izvođenja i broj sati | Predavanja                           | 15 |  |        |       | Ukupno   | 30 |
|                             | Vježbe                               | 15 |  |        |       |          |    |

## Opis kolegija

|   |   |   |         |   |         |   |              |   |
|---|---|---|---------|---|---------|---|--------------|---|
| 1. Ciljevi kolegija                                 | Osvijestiti studente da u suvremenom poslovanju poslovna etika predstavlja temelj dobrih odnosa unutar poduzeća i prema svim akterima poslovnog eko sustava. Objasniti im kako povjerenje, integritet, kultura zadovoljnih i angažiranih zaposlenika, agilnost, transparentnost i dobar ugled čine razliku između dobrih i izvrsnih poduzeća. Upoznati ih s osnovama za razumijevanje etike i poslovne etike, individualnom etikom i modelima za rješavanje etičkih dvojbi, karakteristikama autentičnog vodstva pomoću svrhe, vrijednosti i integriteta, organizacijskim kontekstom poslovne etike te s programima etike i usklađenosti kao alatima za implementaciju poslovne etike u sustave upravljanja poduzeća.   |   |         |   |         |   |              |   |
| 2. Očekivani ishodi učenja                          | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Razlikovati poslovnu etiku i društveno odgovorno poslovanje</li> <li>2. Valorizirati utjecaj poslovne etike i usklađenosti na uspješnost poslovanja u globaliziranom svijetu</li> <li>3. Usporediti etičke pristupe u donošenju etičkih odluka te otkriti rješenja koristeći različite modele za rješavanje etičkih dvojbi</li> <li>4. Analizirati vodstvo i organizacijsku kulturu kao organizacijski kontekst i preduvjet razvoja poslovne etike</li> <li>5. Predložiti model za provedbu programa etike i usklađenosti u poduzeću</li> <li>6. Izraditi ili doraditi etički kodeks za odabrano poduzeće</li> <li>7. Kritički i samokritički procijeniti etičko ponašanje i predanost profesionalnoj etici kod drugih i kod sebe</li> <li>8. Samovrednovati i razvijati karakterne osobine potrebne za preuzimanje osobne odgovornosti i uspješno vođenje</li> </ol> |   |         |   |         |   |              |   |
| 3. Sadržaj  | Osnove za razumijevanje pojma etike. Osnove za razumijevanje pojma poslovna etika. Globalizacija poslovne etike. Individualne karakteristike i donošenje etičkih odluka. Motivacija, pritisci i modeli za rješavanje etičkih dvojbi. Vodstvo kao temeljna determinanta poslovne etike. Organizacijska kultura i klima. Utjecaj poslovne etike na uspješnost poslovanja. Implementacija poslovne etike u sustave upravljanja poduzeća. Izrada etičkog kodeksa.   |   |         |   |         |   |              |   |
| 4. Uvjeti za upis                                   | Nema  |   |         |   |         |   |              |   |
| 5. Obveze studenta                                  | Pohađanje nastave, vježbe, izrada etičkog kodeksa, polaganje pismenog ispita  |   |         |   |         |   |              |   |
| 6. Praćenje rada studenta i pripadajući ECTS bodovi | Nastava   | 1 | Seminar | 1 | Projekt | 1 | Pisani ispit | 2 |
| 7. Obvezna literatura                               | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Vig, S. (2019). <i>Poslovna etika</i>. CODUPO.</li> <li>2. Bussard, A.; Markuš, M. i Olejrov, D. (2000). <i>Etički kodeks i socijalna revizija, priručnik</i>. Ruke, Integra.</li> </ol>  |   |         |   |         |   |              |   |
| 8. Dopunska literatura                              | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Collins, J. i Poras, J. I. (2009). <i>Stvoreno da traje</i>. Binoza Press.</li> <li>2. Jalšenjak, B. i Krkač, K. (ur.) (2016). <i>Poslovna etika, korporacijska društvena odgovornost i održivost</i>. Mate</li> <li>3. Vujić, V., Ivaniš, M. i Bojić, B. (2016). <i>Poslovna etika i multikultura</i>. Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.</li> <li>4. Bebek, B. i Kolumbić, A. (2000). <i>Poslovna etika</i>. Sinergija.</li> </ol>  |   |         |   |         |   |              |   |
| 9. Praćenje kvalitete                               | Studentska anketa. Evaluacija nastave uz pomoć kolega sustručnjaka. Vrednovanje izvedbe kolegija.   |   |         |   |         |   |              |   |
| 10. Uvjeti za pristup ispitu                        | Redovitost na nastavi od najmanje 20%, ocjena iz aktivnosti te pozitivno ocijenjen seminar i projekt izrade etičkog kodeksa. Student čija je redovitost na nastavi manja od 20% ne može nadoknaditi izostanke i ne može pristupiti ispitu bez ponovnog upisa i slušanja kolegija. Svi zadaci šalju se redovito mailom do određenog datuma i sata te predstavljaju na nastavi u sljedećem tjednu. Svi zaostali zadaci ne šalju se mailom, nego predaju u tiskanom obliku i prezentiraju <u>isključivo u terminu konzultacija</u> , a student sam mora voditi računa o krajnjem datumu redovitih konzultacija prije roka prijavljenog ispita.   |   |         |   |         |   |              |   |

11. Polaganje ispita i kriteriji ocjenjivanja

Ispit se smatra položenim i upisuje se ocjena ako su svi navedeni kriteriji ocjenjeni pozitivno. Pozitivne ocjene iz navedenih provjera znanja sudjeluju u izračunu konačne ocjene sa sljedećim udjelima:

| Kriterij     | Težinski udio |
|--------------|---------------|
| Pisani ispit | 50 %          |
| Projekt      | 20 %          |
| Seminar      | 20 %          |
| Aktivnosti   | 10 %          |

12. Kriteriji ocjenjivanja - pojašnjenje

PISANI ISPIT je osmišljen za provjeru poznavanja, razumijevanja i primjene temeljnih pojmova, teorijskih modela i praktičnih instrumenata menadžmenta, osobito onih ishoda koji nisu obuhvaćeni projektom i seminarom.

Pismeni ispit polaže se na redovnim i izvanrednim ispitnim rokovima. Ocjena iz pismenog ispita je pozitivna ako je student postigao najmanje 60% bodova. Ako nastavnik ima utemeljene sumnje da rezultat na pismenom ispitu nije postignut bez pomoći drugih, odnosno vlastitim znanjem, može zakazati dodatnu usmenu provjeru. Ako u takvom slučaju student pokaže značajan manjak znanja u odnosu na napisano, ili se ne odazove, bilježi se rezultat 0 bodova.

PROJEKT „Izrada etičkog kodeksa za odabrano poduzeće“ osmišljen je za analizu a) međunarodnih i domaćih dokumenata na kojima počiva profesionalna etika određene djelatnosti, b) organizacijske kulture odabranog poduzeća i njegova sustava vrijednosti te c) analizu dionika poduzeća i njihovih vrijednosti kako bi se izradio prijedloga prikladnog etičkog kodeksa.

SEMINAR „Kritički prikaz knjige o etičkim načelima za život i poslovanje“ osmišljen je za razvijanje praćenja etičkog ponašanja, kritičke i samo-kritičke procjene, etičke refleksije te za razvijanje karakternih osobina potrebnih za preuzimanje odgovornosti i uspješno vođenje.

AKTIVNOST NA NASTAVI uključuje: pripremljenost studenata za nastavu, aktivnost na satu, izradu vježbi, doprinos kroz konstruktivno sudjelovanje u problemskim raspravama te pravovremenu izradu i prezentaciju seminara i projekta.

| Bodovi  | Ocjena |
|---------|--------|
| 60 - 69 | 2      |
| 70 - 79 | 3      |
| 80 - 89 | 4      |
| 90-100  | 5      |

13. Izvođači i način komuniciranja

Izvođač kolegija je mr. sc. Zrinka Gregov, viši predavač, nositelj kolegija. Komunikacija izvan termina nastave i konzultacija odvija se isključivo putem akademskih poruka u sustavu Eduneta, a pisani uratci šalju na službeni e-mail: [zrinka.gregov@vern.hr](mailto:zrinka.gregov@vern.hr). Termini konzultacija za tekući semestar objavljuju se za predavača u drugom nastavnom tjednu. U vrijeme ispita ili kolokvija navedene termine treba provjeriti s predavačem zbog njegovih eventualnih ispitnih obveza.

Na nastavi, konzultacijama, održavanju pismenih ispita i općenito u postupanju i komuniciranju obvezno je poštivanje Etičkog kodeksa i Kućnog reda, te pravila i procedura utvrđenih drugim normativnim aktima Veleučilišta VERN'.